

# Marketingová olympiáda na sociálních sítích: influencer jako obchodní partner

ČVUT, Masarykův ústav vyšších studií

Autor práce: Daniel Štípek

Vedoucí práce: PhDr. Ladislava Knihová, Ph.D., MBA

Studijní program: Ekonomika a management

Akademické pracoviště: Institut manažerských studií

Akademický rok: 2023/2024



MASARYKŮV ÚSTAV  
VYŠŠÍCH STUDIÍ  
ČVUT V PRAZE

## Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na problematiku influencera jako obchodního partnera firem či značek. Autor se zabývá etickou otázkou spojenou s transparentním označováním spolupráce mezi influencerem a daným podnikatelským subjektem a dalšími kritérii pro přijetí zakázky na propagaci produktu či značky. Autor tuto problematiku zkoumá jak optikou influencerů samotných, tak i na základě názorů respondentů z řad sledujících influencera. Analýza zjištěný dat přináší řadu zajímavých zjištění, které slouží jako základ pro vypracování základního návrhu Etického kodexu influencera.

## English Summary

This bachelor's thesis focuses on the topic of influencers as business partners of companies or brands. The author deals with the ethical issue related to the transparent indication of the cooperation between the influencer and the business entity and other criteria for accepting a product or brand promotion contract. The author examines this issue through the lenses of the influencers themselves and through the opinions of respondents - fans who follow the influencer. The data analysis brings several significant findings that serve as a basis for developing a primary draft of the Code of Ethics for Influencers.

